

## **ABSTRAK**

Penurunan dalam keputusan pembelian suatu produk dapat menyebabkan penurunan nilai penjualannya. Hal yang sama terjadi di Atala Art, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang furnitur dan kerajinan kreatif di Jepara, Jawa Tengah, mengalami penurunan dalam penjualan produk dalam beberapa tahun terakhir. Langkah-langkah strategis perlu diambil untuk mengatasi fenomena ini.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel independen termasuk inovasi produk, persepsi harga dan kualitas produk; variabel intervening yaitu kepercayaan produk dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Data dikumpulkan pada sampel menggunakan metode kuesioner. Data dianalisis dengan metode uji chi-square, metode deskriptif tiga-kotak dan analisis regresi linier berganda.

Hasilnya menyatakan bahwa responden, yang mewakili sebagian besar konsumen memiliki pendapatan 0-5 juta rupiah, bekerja sebagai wiraswasta dan pegawai negeri dengan rentang usia 31-40 tahun. Penilaian konsumen terhadap inovasi produk dan kepercayaan produk memiliki skor tinggi 80,00% dan 79,67% masing-masing dibandingkan dengan persepsi harga (74,60%) dan kualitas produk (74,27%), keputusan pembelian (74,27%). Dengan perhitungan regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan produk, serta kepercayaan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, kepercayaan produk, inovasi, kualitas, persepsi harga.